

**PENGARUH ATMOSFERE TOKO, PROMOSI DAN PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA GIANT
EKSTRA DIPONEGORO**



Oleh:

DWIKI NANDA ADITYA

NPM: 13.1.02.08581

PROGRAM STUDI : MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA

STIESIA SURABAYA

2018

**PENGARUH ATMOSFERE TOKO, PROMOSI DAN PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA GIANT
EKSTRA DIPONEGORO**

Skripsi Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Oleh :

DWIKI NANDA ADITYA

NPM : 13.1.02.08581

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)

SURABAYA

2018

**PENGARUH ATMOSFERE TOKO, PROMOSI DAN PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA
GIANT EKSTRA DIPONEGORO**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

**DWIKI NANDA ADITYA
NPM : 13.1.02.08581**

**Telah Dipertahankan Didepan Tim Penguji
Pada Tanggal 28 April 2018**

Susunan Tim Penguji :

Ketua : Dr. Djawoto, S.E., M.M.

Anggota : 1. Dr. Anindhya Budiarti, S.E., M.M.

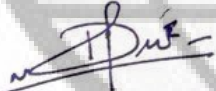
2. Dra. Ec. Nurel Widyawati, M.M.

Dinyatakan memenuhi syarat dan diterima

Oleh:

Dosen Pembimbing

Ketua Program Studi S1 Manajemen


Dr. Djawoto, S.E., M.M.


Dr. Triyonowati, S.E., M.Si.

Ketua STIESIA



Dr. Nur Fadrijh Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRISI

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : **DWIKI NANDA ADITYA**

N.P.M : **13.1.02.08581**

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH ATMOSFERE TOKO, PROMOSI, DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA GIANT EKSTRA DIPONEGORO

dan dimajukan untuk diuji pada tanggal 28 April 2018, adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagian tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya batal saya terima.

Surabaya, 28 April 2018
Yang membuat pernyataan,



Dwiki Nanda Aditya

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. MAHASISWA

Nama : Dwiki Nanda Aditya

NPM : 13.1.02.08581

Program Studi : Manajemen
Tempat/Tanggal Lahir : Surabaya, 11 Mei 1993
Agama : Islam
Jumlah Saudara/Anak Ke: 4 (Empat) / 2 (Dua)
Alamat Rumah : Jl. Jagir Sidomukti Gg. IX No. 40, Surabaya
Status : Belum Menikah

B. ORANG TUA

Nama : Abdur Rahman
Alamat Rumah : Jl. Jagir Sidomukti Gg. IX No. 40, Surabaya
Pekerjaan/Jabatan : Swasta
Alamat Kantor : -

C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamat SD di SDN Ngagel Rejo I/396 Surabaya tahun 2007
2. Tamat SLTP di SMPN 32 Surabaya tahun 2010
3. Tamat SLTA di SMAN 16 Surabaya tahun 2013
4. Pendidikan Tinggi (PT)

Nama PT	Tempat	Semester	Tahun	Keterangan
STIESIA	Surabaya	I-IX	2013-2018	-

D. RIWAYAT PEKERJAAN

Tahun	Bekerja di	Pangkat/Golongan	Jabatan
-	-	-	-

Dibuat dengan sebenarnya

Dwiki Nanda Aditya

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul:

“Pengaruh Atmosfere Toko, Promosi, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Giant Ekstra Diponegoro”.

Adapun tujuan penulisan skripsi ini guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.

Keberhasilan dalam terselesaikannya skripsi ini tidak lepas dari dukungan, bantuan, bimbingan dan saran dari semua pihak. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kepada orang tua saya yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Nur Fadrijh Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
3. Ibu Dr. Triyonowati, M.Si. selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
4. Bapak Dr. Djawoto, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang banyak meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan serta memberikan semangat, saran dan nasehat dengan penuh kesabaran sehingga penulisan skripsi dapat terselesaikan.
5. Ibu Dra. Ec. Sasi Agustin, M.M., selaku dosen Wali, Bapak dan Ibu dosen, serta para staf STIESIA Surabaya yang telah memberikan banyak bekal ilmu dan teladan yang berarti selama kegiatan perkuliahan berlangsung.
6. Sahabat-sahabat saya Nur Wachida, Taufik, Dimas, Enggar, Ega, Ja'far, April P, Najua, April S, Jordi, Nanda Badzlina, dan Faris yang sudah membantu dan saling mendukung untuk tidak mudah putus asa dalam menyusun skripsi ini serta semua teman-teman SM2 angkatan 2013 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Terima kasih atas doa dan dukungannya.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman, oleh karena itu

kritik dan saran sangat diharapkan untuk penyempurnaan penulis berikutnya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat baik bagi penulis maupun para pembaca sehingga dapat menambah informasi dan wacana.

Surabaya, 7 Maret 2018

Dwiki Nanda Aditya



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR SKRIPSI	i
HALAMAN SAMPUL DALAM SKRIPSI.....	ii
HALAMAN JUDUL SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN.....	v

DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT.....	xvii

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	6
1.5. Ruang Lingkup Penelitian.....	6

BAB 2 TINJAUAN TEORETIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1. Tinjauan Teoretis.....	7
2.1.1. Pengertian Pemasaran Retail.....	7
2.1.2. Strategi Pemasaran.....	7
2.1.3. Bauran Pemasaran Retail.....	9
2.1.4. Atmosfere Toko.....	12
1. <i>Eksterior</i> (bagian luar toko).....	13
2. <i>General Interior</i> (interior umum).....	16
3. <i>Store Layout</i> (tata letak toko).....	19
4. <i>Interior point of interest display</i> (dekorasi pemikat dalam toko).....	21
2.1.5. Promosi.....	22
1. Periklanan.....	23
2. Penjualan Pribadi.....	24
3. Hubungan Masyarakat.....	25
4. Promosi Penjualan.....	26
2.1.6. Pelayanan.....	26
2.1.7. Konsep Perilaku Konsumen.....	28

2.1.8. Keputusan Pembelian.....	30
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	30
2. Proses Keputusan Pembelian.....	31
2.1.9. Hubungan antar variabel.....	33
1. Hubungan antara Atmosfere toko terhadap keputusan pembelian.....	33
2. Hubungan antara Promosi terhadap keputusan Pembelian.....	34
3. Hubungan antara Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian.....	34
2.1.10. Penelitian terdahulu.....	35
2.2. Rerangka Pemikiran.....	36
2.3. Rerangka Konseptual.....	38
2.4. Pengembangan Hipotesis.....	38

BAB 3 METODELOGI PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi (Objek) Penelitian	41
3.1.1. Jenis Penelitian.....	41
3.1.2. Gambaran Populasi Penelitian.....	41
3.2. Teknik Pengambilan Sampel.....	41
3.2.1. Penentuan Jumlah Sampel.....	41
3.2.2. Teknik Sampling.....	43
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.3.1. Jenis Data.....	43
3.3.2. Sumber Data.....	44
3.3.3. Metode Pengumpulan Data.....	44
3.4. Variabel dan Definisi Operasional Variabel	44
3.4.1. Variabel.....	44
3.4.2. Definisi Operasional Variabel.....	45
3.5. Teknik Analisis Data	47

3.5.1. Analisis Deskriptif.....	48
3.5.2. Uji Instrumen.....	48
1. Uji Validitas.....	48
2. Uji Reliabilitas.....	48
3.5.3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	49
3.5.4. Uji Asumsi Klasik.....	49
1. Uji Normalitas.....	50
2. Uji Multikolinearitas.....	50
3. Uji Heteroskedastisitas.....	50
3.5.5. Uji Kelayakan Model (Uji F).....	51
3.5.6. Uji koefisien Determinasi (R^2).....	51
3.5.7. Pengujian Hipotesis.....	52
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Hasil Penelitian.....	54
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan	54
4.1.2. Gambaran Umum Subyek Penelitian	55
4.1.3. Deskripsi Karakteristik Responden	55
4.1.4. Deskriptif Hasil Penelitian.....	58
4.1.5. Uji Instrumen.....	62
1. Uji Validitas.....	62
2. Uji Reliabilitas.....	64
4.1.6. Analisis Regresi Linier Berganda	64
4.1.7. Uji Asumsi Klasik	66
1. Uji Normalitas.....	66
2. Uji Multikolinieritas.....	68
3. Uji Heteroskedastisitas.....	68
4.1.8. Uji Kelayakan Model.....	70
1. Uji F.....	70
2. Uji Koefisien Determinasi Berganda (R^2).....	71

3. Pengujian Hipotesis (Uji t).....	72
4.2. Analisis dan Pembahasan.....	74
4.2.1. Pengaruh Atmosfere Toko Terhadap Keputusan Pembelian.....	74
4.2.2. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	75
4.2.3. Pengaruh Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	75
 BAB 5 PENUTUP	
5.1. Simpulan.....	77
5.2. Keterbatasan.....	78
5.3. Saran.....	79
JADWAL PENELITIAN.....	80
DAFTAR PUSTAKA.....	81
LAMPIRAN	84

DAFTAR TABEL

Tabel

Halaman

1	Penelitian Terdahulu	35
2	Skala Likert	42
3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pend. Terakhir.....	56
5	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	57
6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	58
7	Kelas Interval	59
8	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Atmosfere Toko.....	60
9	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Promosi.....	60
10	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Pelayanan.....	61
11	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	62
12	Hasil Uji Validitas	63
13	Hasil Uji Reliabilitas.....	64
14	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	65
15	Hasil Uji Normalitas (Kolmogorov – Smirnov).....	67
16	Hasil Uji Multikolinieritas.....	69
17	Hasil Uji F (Goodness of Fit)	71
18	Hasil Uji Koefisien Determinasi Berganda (R^2).....	72
19	Hasil Pengujian Hipotesis (Uji t)	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar

Halaman

1.	Rerangka Pemikiran	37
2.	Rerangka Konseptual.....	38
3.	Grafik Uji Normalitas (Probability Plot).....	68
4.	Grafik Uji Heterokedastisitas (<i>Sccaterplot</i>)	70



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Kuesioner	84
2. Tabulasi Kuesioner	88
3. Hasil Output SPSS 22.0	91



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh atmosfer toko, promosi, dan pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Giant ekstra diponegoro.

Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen di Giant ekstra diponegoro yang jumlahnya tidak diketahui dengan pasti (*infinite*). Pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling* yaitu penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu yang sesuai sebagai sumber data. Sumber untuk data primer diperoleh langsung dari lapangan melalui penyebaran kuesioner kepada para responden dengan jumlah responden sebanyak 100 responden. Teknik yang digunakan adalah teknik analisis regresi linier berganda dengan menggunakan alat uji statistik SPSS versi 22.

Dari hasil penelitian uji F menunjukkan bahwa model yang diajukan layak digunakan dan berdasarkan hasil penelitian uji t menunjukkan bahwa variabel atmosfer toko berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dan pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: atmosfer toko, promosi, pelayanan, keputusan pembelian